

Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat- Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Fakultas
Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*



Disusun Oleh:

MUHAMMAD RAHIM

10643004140

**PROGRAM S1
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
UIN SUSKA RIAU
2012**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH**

PENGESAHAN

Proposal a.n **Muhammad Rahim** NIM. **10643004140** dengan
judul :

**PENGARUH TAYANGAN BIOSKOP TRANS TV TERHADAP MINAT
MENONTON DI KALANGAN MAHASISWA DAKWAH DAN ILMU
KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU**

Telah di seminarkan pada :

Hari : **Senin**

Tanggal : **21 Februari 2011**

Dan dapat diterima untuk penulisan skripsi, selanjutnya sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana (S1) dalam ilmu dakwah dan Komunikasi.

Pekan baru, 23 Februari 2011

Panitia Seminar Proposal

Nara Sumber

Sekretaris,

Drs. H. Zasri, M. Ali , MM

Sarmadi, S.Ag

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat Allah SWT yang senantiasa memberikan Rakhmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga terselesaikannya penulisan skripsi untuk diajukan dalam memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW beserta keluarganya, para sahabatnya, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan dan penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan pendapat yang membangun untuk perbaikan dan kesempurnaan.

Dalam penulisan skripsi ini tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang dihadapi oleh penulis. Namun dengan izin Allah SWT dan berkat usaha, doa, semangat, bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak, akhirnya penelitian ini dapat penulis selesaikan dan penulis susun menjadi sebuah skripsi dengan judul : **Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Dikalangan Mahasiswa UIN Suska Riau.**

Akhirnya dengan segenap ketulusan, penulis mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga kepada :

1. Teristimewa Kepada Ayah ku **Alimin**, yang sudah mendidiku semenjak lahir hingga sekarang dan menjadikan ku anak yang mandiri, Dan wanita yang telah melahirkanku ke muka bumi ini, Tentu saja Bundaku Tercinta **Ermawati**, yang membuatku belajar menjadi orang yang kuat dan sabar. Abangku **Suhendri**, yang sudah sangat banyak membantuku, Serta adik – adiku tercinta, **Muhammad Asri, Nofrida, Julika Wati, Erida Yanti, Putra Warman**, dan **Guspita Lina** yang menjadi semangat dalam hidupku.
2. Bapak **Prof. DR.H.M Nazir, MA.** sebagai Rektor UIN SUSKA Riau Pekanbaru. Beserta pembantu rektor I,II,dan III.
3. Bapak **Prof. Dr. Amril M, MA**, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau beserta pembantu **Dekan, Ketua jurusan, Sekretaris jurusan**, seluruh **Dosen, Karyawan/i** yang telah memberikan ilmu dan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.
4. Bapak **Drs. H. Suhaimi, M.Ag** selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi.
5. Ibu **Intan Kemala, M.Si** sebagai Dosen Pembimbing II atas kesabaran, motivasi, bimbingan, serta petunjuk – petunjuk yang sangat berarti bagi penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

6. Khusus kepada **Dika, Donpay, Uya, Denny, Muy, Willy, Bang Nanda, Abun, Iwan, Firman, Dadal, Iin, Zikri, Arapat, Putra, Rindi, Prendly, Opit, Rino, Diki, Redito.** makasih untuk Do'a, Semangat, Bantuan tenaga, serta Pikiran. Teman-teman **Broadcasting'06**, Semoga kita raih apa yang kita cita-citakan. Sungguh kerja keras yang luar biasa.
7. Semua makhluk yang berjudul **Wanita** yang pernah menjadi masa lalu yang membuatku belajar memahami makna dari sebuah cinta.
8. Untuk **ENJE Photography**, anak – anak **Flip Studio**, yang sudah bekerja keras membantu penulis dan Memberikan Semangat yang luar biasa.
9. Untuk semua teman – teman, orang – orang yang ada disekitarku, dan orang – orang yang selalu mendukungku yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis panjatkan doa semoga amal baik yang telah diberikan semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Dan akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, umumnya bagi pembaca, Amiin.

Pekanbaru,

2011

MUHAMMAD RAHIM
10643004140

ABSTRAKSI

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana **Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Dikalangan Mahasiswa Fakultas Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini, Se jauh manakah pengaruh tayangan Bioskop Trans TV terhadap minat menonton film di kalangan mahasiswa dakwah dan ilmu komunikasi UIN Suska Riau. Tujuan penelitian, untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Tayangan Bioskop TransTV Terhadap Minat Menonton Film Dikalangan Mahasiswa Fakultas Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Manfaat penelitian, Memperluas memperkaya bahan referensi serta sumber bacaan di lingkungan FDIK UIN, diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah pengetahuan penulis terutama mengenai bidang industri perfilman. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan mengenai bidang perfilman di kalangan mahasiswa UIN. Untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Metode pengumpulan data diambil dari hasil penyebaran angket berjumlah 64 eksemplar, dokumentasi yaitu pengambilan data yang berhubungan dengan penelitian berupa sejarah, visi misi dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian.

Subjek penelitian adalah Mahasiswa Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU. Objek penelitian adalah tayangan bioskop trans TV dan minat menonton film di kalangan mahasiswa.

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan persentase yaitu dengan menggunakan angka-angka dan selanjutnya diproses dengan menggunakan tabel-tabel persentase, adapun analisa dengan menggunakan rumus $P = F/N \times 100\%$, keterangan P =Angka persentases, F = Frekuensi, N = Jumlah nilai keseluruhan.

Setelah diteliti dan dianalisa, maka dapat disimpulkan bahwa Minat Menonton Di Kalangan Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau **sangat berpengaruh dengan hasil nilai 83,6%.**

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
ABSTRAKSI	viii
BAB. I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Batasan Masalah	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
F. Penegasan Istilah	6
G.Kerangka Teoritis Dan Konsep Operasional	9
H. Metode Penelitian	19
I Sistematika Penulisan.....	22
BAB. II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	23
A. Sejarah Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru	23
B. Visi, Misi, Tujuan dan Kompetensi jurusan Ilmu komunikasi UIN Suska Pekanbaru.....	28
C. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	31

BAB. III PENYAJIAN DATA	32
A. Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton.....	32
B. Identitas Responden	33
C. Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV	40
D. Tingkah Laku Remaja.....	49
 BAB.IV ANALISA DATA.....	56
A. Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton.....	56
B. Rekapitulasi Tentang Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.....	57
 BAB.V PENUTUP.....	64
A Kesimpulan	64
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1	Jumlah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi semester Ganjil Tahun Ajaran 2009/2010	26
TABEL 1	Identitas Responden.....	32
TABEL 2	Jenis kelamin responden.....	33
TABEL 3	Menonton televisi	33
TABEL 4	Tahu tentang bioskop trans TV	34
TABEL 5	Suka tayangan bioskop trans TV	35
TABEL 6	Sering menonton tayangan bioskop trans TV	36
TABEL 7	Berapa kali anda menonton tayangan bioskop trans TV	37
TABEL 8	Film apa yang anda sukai dengan bioskop trans TV	38
TABEL 9	Jalan cerita yang sampai kepada penonton.....	39
TABEL 10	Membahas masalah tontonan dalam kehidupan	40
TABEL 11	Menceritakan film tentang pengetahuan	41
TABEL 12	Senang dan puas berbicara tentang yang tidak hanya berada di sekitar	42
TABEL 13	Takut melakukan tindak pidana kejahatan setelah menonton	43
TABEL 14	Berkaitan dengan pengetahuan praktis untuk kehidupan	44
TABEL 15	Tidak pernah berbuat melanggar hukum	45
TABEL 16	Kehidupan remaja meniru tayangan di televisi	46
TABEL 17	Tayangan bioskop trans TV bias memberikan pengaruh	47

TABEL 3.18	Televisi merubah agar tidak bermalas malasan	48
TABEL 3.19	Televisi dapat membuat positif dan rajin bekerja	49
TABEL 3.20	Hal – hal yang membuat sering bertukar pikiran	50
TABEL 3.21	Keinginan yang lebih maju untuk masa yang akan datang	51
TABEL 3.22	Remaja lebih banyak menghabiskan waktu menonton televisi	52
TABEL 3.23	senang hal hal yang kurang baik dan ingin mengikutinya seperti peran dan lakon.....	53
TABEL 3.24	Mubazir, suka pamer, dan menerima hal yang bertentangan dengan masyarakat termasuk ciri orang	54
TABEL 4.1	Rekapitulasi Tentang Pengaruh Tayangan Bioskop Trans tv Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Film sebagai bagian dari media massa dalam kajian komunikasi massa modern dinilai memiliki pengaruh pada khalayaknya. Munculnya pengaruh itu sesungguhnya sebuah kemungkinan yang sangat tergantung pada proses negosiasi makna oleh khalayak terhadap pesan dari film itu, dan mengacu pada keberhasilan khalayak dalam proses negosiasi makna dari pesan yang disampaikan. Jika negosiasi makna yang dilakukan khalayak tersebut lemah, maka akan semakin besar pengaruh dari tayangan tersebut (McQuaill, 1997: 101) Negosiasi makna merupakan sebuah proses transaksional dari komunikasi, dimana komunikan menerima dan menginterpretasikan makna dari pesan yang diterima sesuai dengan latar belakang sosial budaya yang dimilikinya.

Film yang merupakan hasil olahan dari beragam komponen, seperti perwatakan, kostum, properti, alur, plot dan lainnya mampu mengemas pesan maupun ideologi dari pembuatnya serta menyampaikan realitas simbolik dari sebuah fenomena secara mendalam bahkan sampai pada tingkatan mengulas gaya hidup. dalam film dikemas dalam cerita, perwatakan, kostum hingga properti yang dipakai dalam setiap adegan. Format ini biasanya menjadi *stereotype*, karena film sesungguhnya hanya menggambarkan realitas simbolik dari realitas sesungguhnya yang bisa jadi hanyalah refleksi dari sebagian kecil unsur masyarakat atau malah refleksi dari masyarakat yang

Film sebagai salah satu bentuk media massa mempunyai peran penting di dalam sosialkultural, artistik, politik, dan dunia ilmiah. Pemanfaatan film dalam usaha pembelajaran masyarakat ini sebagian didasari oleh pertimbangan bahwa film mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian orang dan sebagian lagi didasari oleh alasan bahwa film mempunyai kemampuan mengantar pesan secara unik (McQuail, 1997: 13). Selain itu film juga merupakan sebuah media hiburan yang sederhana dan murah. Perkembangan perfilman akan membawa dampak yang cukup besar dalam perubahan sosial masyarakat. Perubahan tersebut disebabkan oleh semakin bervariasinya proses penyampaian pesan tentang realitas obyektif dan representasi yang ada terhadap realitas tersebut secara simbolik serta sebuah kondisi yang memungkinkan khalayak untuk memahami dan menginterpretasi pesan secara berbeda. Film sebagai salah satu jenis media massa menjadi sebuah saluran bagi bermacam ide, gagasan, konsep serta dapat memunculkan pluralitas efek dari penayangannya yang akhirnya mengarah pada perubahan pada masyarakat.

Efek pesan yang ditimbulkan pada film dalam kemasan realitas simbolik ada yang secara langsung dirasakan pada khalayaknya – bisa jadi berupa perubahan emosi – namun ada pula yang berdampak jangka panjang seperti perubahan gaya hidup, idealisme atau malah ideologi. Film akhirnya juga dipandang sebagai sebuah bahasa yang menggeneralisasikan makna-makna melalui sistem yaitu kedalam sinematografi, suara, editing, dan sebagainya, yang semua hal tersebut bekerja seperti halnya bahasa. Selanjutnya, dengan menempatkan film sebagai komunikasi ke dalam sebuah sistem besar yang menggeneralisasikan makna berarti film itu sendiri merupakan sebuah

Pengertian mengenai ‘budaya’ dipahami sebagai proses yang mengkonstruksi kehidupan masyarakat. Sistem-sistem yang menghasilkan makna atau kesadaran khususnya sistem-sistem dan media representasi yang menghadirkan berbagai image dari budaya. Selain berfungsi Entertainment film juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu ideologi karena film juga dapat membongkar suatu realita dan memberikan pencerahan dan penyadaran dalam masyarakat.

Disadari atau tidak, film dengan beragam muatan ideologis di belakangnya menjadi sebuah alat ampuh, baik sebagai kultur penetration ataupun sebaliknya, sebagai counter *culture*. Apalagi, jika ia sengaja ditujukan kepada individu-individu yang secara psikologis disebutkan sangat rentan untuk menerima semua muatan itu. Kalangan remaja dan mahasiswa termasuk pada kelompok ini. Remaja yang secara psikologis dikonsepsikan sebagai individu, baik laki-laki maupun perempuan (Sarwono, 2001 : 10-15) adalah khalayak yang sangat potensial untuk diterpa pesan dari media termasuk film. Dalam kajian komunikasi pemasaran, remaja dan mahasiswa merupakan sebuah pasar potensial bagi beragam produk, termasuk produk global yang disebut *lifestyle*.

Sehingga menjadi kajian menarik untuk melihat bagaimana penerimaan terhadap simbol tanda dan lambang yang muncul dalam film yang dimunculkan media sebagai segmen utamanya. Mahasiswa sebagai bagian dari lingkaran sistem sosial diartikulasikan dalam wacana-wacana lain berbentuk musik, gaya hidup, kekuasaan, harapan, masa depan dan lainnya. Disadari atau tidak produk film juga dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang hal ini dapat dilihat dengan bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (opini).

Gaya hidup itu bukan hanya spesifik pada gaya berpakaian, model rambut atau perbendaharaan kata-kata saja, tapi juga sikap dan pandangan hidup dengan cara yang halus. Selain itu dunia perfilman juga merujuk pada proses sosial yang mengambil elemen – elemen kebudayaan dan menggunakannya untuk memperkuat karakter sebuah film untuk mempersuasif khalayaknya. Sebagai produk kapitalisme disadari atau tidak film juga mencoba untuk mengkonstruksi pola pikir manusia (frame) yaitu dengan adanya jalan cerita dan permasalahan yang dibahas dalam alurnya tujuannya adalah untuk memecahkan masalah yang diceritakan dalam film yang dibuat tersebut. Banyak sekali tema yang di angkat kedalam film, seperti kisah cinta, perselingkuhan, dan kisah sosial lainnya yang terkadang membuat pemirsanya terbawa layaknya pemain yang tengah membintangi film tersebut misalnya menjadi sedih, menangis, marah dan benci.

Bioskop Trans TV adalah suatu paket program acara di stasiun Trans TV yang memutar dua judul film yang penayangannya dilakukan setiap hari. Bioskop Trans TV adalah suatu tayangan film barat yang tematik atau dengan kata lain setiap film yang diputar di Bioskop Trans TV langsung habis diputar sekali penayangan, Setiap pemutarannya terkadang disesuaikan dengan suatu peringatan atau moment tertentu misalnya pada tanggal 31 oktober dikenal dengan adanya pesta halloween (Halloween party) maka bioskop Trans TV selama satu minggu menayangkan film yang bertemakan horor. Sedangkan film yang bertemakan lingkungannya sayang, biasanya diputar pada waktu Valentine.

Selain itu ada juga film James Bond, film action yang merupakan film yang dapat diterima keluarga. Semua film yang ditayangkan dalam program Bioskop Trans TV telah disensor oleh Lembaga Sensor Film dan disensor pula secara internal oleh

Untuk kategori film keluarga, sedangkan DW adalah kategori film dewasa yang biasanya ditayangkan sampai lewat tengah malam. Penelitian ini akan dilakukan di UIN sebagai lokasi penelitian. Terpilihnya UIN dikarenakan penelitian tersebut terjangkau bagi peneliti dari segi biaya dan jarak, dan faktor lainnya memudahkan peneliti untuk memilih mahasiswa dari fakultas ini. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui sejauh manakah pengaruh tayangan Bioskop Trans TV terhadap minat menonton di kalangan mahasiswa dakwah dan ilmu komunikasi.

B. Alasan pemilihan judul

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh tayangan bioskop trans TV terhadap minat menonton.
2. Masalah ini berkaitan dengan kajian ilmu komunikasi tentang sebuah media
3. Menurut penulis judul ini sangat menarik untuk diteliti.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik merumuskan masalah sebagai berikut “Sejauh manakah pengaruh tayangan Bioskop Trans TV terhadap minat menonton film di kalangan mahasiswa dakwah dan ilmu komunikasi UIN Suska Riau?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tayangan Bioskop Trans TV terhadap minat menonton film di kalangan mahasiswa Fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN Suska Riau.

2. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi, bahan penelitian serta sumber bacaan di lingkungan FDIK UIN.
2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai bidang perfilman di kalangan mahasiswa UIN.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah pengetahuan penulis terutama mengenai bidang industri perfilman.

E. Penegasan istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dari judul peneliti ini, maka penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang sangat perlu agar tidak terjadi penafsiran ganda yang dapat mengelirukan istilah tersebut.

- a. Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan acara yang ditampilkan atau disiarkan melalui media massa televisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, ataupun edukasi seperti tayangan mengenai

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering memperoleh berbagai pengalaman. Hal ini dikarenakan terintegrasinya kelima indera yang dimiliki, tetapi dengan menonton audiovisual, akan mendapatkan 10% dari informasi yang diperoleh sebelumnya. Ini sebagai akibat timbulnya pengalaman tiruan (Stimulated Experience) dari media audiovisual tadi (Darwanto 2007 :119).

b. Menurut Effendy (1986 : 103) minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan yang diharapkan. Dari definisi minat di atas dapat dikatakan bahwa minat adalah sikap yang dapat menimbulkan perhatian, rasa ingin tau dan hasrat untuk melakukan sesuatu dalam diri seseorang yang muncul akibat adanya objek tertentu. Minat itu sendiri senantiasa terarahkan kepada suatu hal atau suatu objek. Tidak adanya minat tanpa ada objek. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan terbentuk karena adanya kebutuhan seseorang sepanjang perkembangan seseorang tersebut. Kebutuhan ini sebagai stimulus atau perangsang.

c. Jadi agar stimulus dapat menimbulkan minat, tentu haruslah menarik minat (manusia cenderung menyukai yang menarik bagi diri dan menguntungkannya). Bagaimana agar stimulus tersebut dapat menarik, haruslah melalui proses :

- a. adanya perhatian terhadap stimulus
- b. stimulus dapat dimengerti
- c. stimulus tersebut dapat diterima (penerimaan)

Ketiga kondisi tersebut adalah proses timbulnya minat terhadap stimulus.

- c. Film adalah suatu media komunikasi massa yang sangat penting untuk mengkomunikasikan tentang suatu realita yang terjadi dalam kehidupan sehari – hari, Film memiliki realitas yang kuat salah satunya menceritakan tentang realitas masyarakat. Film merupakan gambar yang bergerak (*Moving Picture*). Menurut Effendi 1986 ; 239) film diartikan sebagai hasil budaya dan alat ekspresi kesenian. Film sebagai komunikasi massa merupakan gabungan dari berbagai teknologi seperti fotografi dan rekaman suara, kesenian baik seni rupa dan seni teater sastra dan arsitektur serta seni musik. Tumbuh dan berkembangnya film sangat bergantung pada teknologi dan paduan unsur seni sehingga menghasilkan film yang berkualitas (McQuail,1997 :110). Di dalam sebuah film terdapat beberapa unsur seperti; judul, tema, alur, serta pemeran utama merupakan faktor penarik dalam sebuah karya film.
- d. Televisi berasal dari kata *Tele* : tampak dan *vision* : jauh atau jika digabungkan menjadi suatu makna yang berarti “jauh dan tampak” atau dengan kata lain TV merupakan suatu alat untuk “melihat dari jarak jauh”. Segi jauhnya diwakili oleh prinsip radio yaitu dapat mendengarkan suara sedangkan segi ”penglihatan” diwakili dengan adanya gambar.

Televisi merupakan jaringan komunikasi dengan peran seperti komunikasi massa yaitu satu arah menimbulkan keserempakan dan komunikasi bersifat heterogen.

Televisi merupakan media massa yang berfungsi sebagai alat pendidikan, penerangan, dan hiburan. Selain itu sifat negatif TV adalah sepintas lalu, tidak terlalu

F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1 Kerangka Teori

Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti perlu menyusun suatu kerangka teori. Kerangka teori disusun sebagai landasan berpikir yang menunjukkan dari sudut mana peneliti menyoroiti masalah yang akan diteliti (Nawawi, 2001 : 40). Teori menurut F.M Kerlinger (dalam Rakhmat, 2004 : 6) merupakan himpunan konstruk (konsep), definisi, dan preposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.

Dengan adanya kerangka teori peneliti akan memiliki landasan dalam menentukan tujuan arah penelitiannya. Teori-teori yang relevan dengan penelitian ini adalah komunikasi, televisi sebagai media komunikasi massa, film, teori AIDDA dan minat.

A. Komunikasi

Komunikasi merupakan fenomena sosial yang amat penting karena berhubungan dengan dampak sosial yang dapat menjadikan kendala bagi umat manusia. Pada hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia yang dinyatakan dalam bentuk pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam komunikasi, pernyataan dinamakan “Pesan” untuk mebih tegasnya komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Pada dasarnya pikiran dan perasaaan yang disampaikan komunikator kepada komunikan selalu menyatu.

komponen komunikasi yaitu :

1. Komunikator
2. Pesan
3. Media
4. Komunikan

Menurut Laswell, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Sedangkan Rakhmat memberikan definisi komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khlayak yang tersebar, heterogen, dan dapat diterima secara serentak dan sesaat (Cangara, 2002; 7).

B. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*Human Communication*) yang bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipat gandakan pesan komunikasi yaitu semenjak ditemukannya mesin cetak oleh Johanes Gutenberg dan semenjak saat itu dimulailah era komunikasi massa. Yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang memiliki sirkulasi yang sangat luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan secara umum, dan film yang dipertunjukkan gedung-gedung bioskop (Effendy, 2000 : 79).

Televisi

Perkembangan teknologi melahirkan suatu media baru yang dapat menyajikan informasi secara cepat kepada masyarakat yaitu Televisi. TV sebagai alat penangkap siaran dan gambar. Televisi berasal dari kata *Tele* : tampak dan *vision* : jauh atau jika digabungkan menjadi suatu makna yang berarti “jauh dan tampak” atau dengan kata lain TV merupakan suatu alat untuk “melihat dari jarak jauh”. Segi jauhnya diwakili oleh prinsip radio yaitu dapat mendengarkan suara sedangkan segi ”penglihatan” diwakili dengan adanya gambar. Tanpa gambar tidak ada apa- apa yang dapat dilihat. Para penonton dapat menikmati gambar karena adanya pemancar, dan gambar yang dipancarkan itu dapat adalah gambar yang bergerak (Dalam hal tertentu juga gambar diam, still picture).

Televisi merupakan jaringan komunikasi dengan peran seperti komunikasi massa yaitu satu arah, menimbulkan keserempakan dan komunikasi bersifat heterogen. Televisi merupakan media massa yang berfungsi sebagai alat pendidikan, penerangan, dan hiburan.

Selain itu sifat negatif TV adalah sepiantas lalu, tidak terlalu dapat diterima dengan sempurna, dan menghadapi publik yang heterogen (Dominick, 2000 : 192).

C. Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan acara

Yang ditampilkan atau disiarkan melalui media massa televisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, ataupun edukasi seperti tayangan mengenai pendidikan. Dalam kehidupan sehari-hari kita sering memperoleh berbagai pengalaman. Hal ini dikarenakan terintegrasinya kelima indera yang dimiliki, tetapi

dalam kaitannya terhadap peningkatan pengetahuan, suatu tayangan televisi hendaknya memperhatikan beberapa hal, antara lain :

1. Frekuensi menonton. Melalui frekuensi menonton komunikasi, dapat dilihat pengaruh tayangan terhadap pengetahuan komunikasi.
2. Waktu penayangan. Apakah waktu penayangan suatu acara sudah tepat atau sesuai dengan sasaran komunikasi yang dituju. Misalnya tayangan yang dikhususkan bagi pelajar, hendaknya ditayangkan pada jam setelah kegiatan belajar di sekolah usai.
3. Kemasan Acara. Agar mampu menarik perhatian pemirsa yang menjadi sasaran komunikannya, suatu tayangan harus dikemas atau ditampilkan secara menarik.
4. Gaya penampilan pesan. Dalam menyampaikan pesan dari suatu tayangan, apakah host atau pembawa acara sudah cukup komunikatif dan menarik, sehingga dapat menghindari rasa jenuh pemirsanya dan juga memahami pesan yang disampaikan.
5. Pemahaman pesan. Apakah komunikasi dapat mengerti dan memahami setiap materi atau pesan yang disampaikan oleh suatu tayangan.

D. Film

Film adalah suatu media komunikasi massa yang sangat penting untuk mengkomunikasikan tentang suatu realita yang terjadi dalam kehidupan sehari – hari, Film memiliki realitas yang kuat salah satunya menceritakan tentang realitas masyarakat. Film merupakan gambar yang bergerak (*Moving Picture*).

sastra dan arsitektur serta seni musik. Tumbuh dan berkembangnya film sangat bergantung pada teknologi dan paduan unsur seni sehingga menghasilkan film yang berkualitas (McQuail,1997 :110). Di dalam sebuah film terdapat beberapa unsur seperti; judul, tema, alur, serta pemeran utama merupakan faktor penarik dalam sebuah karya film. Baik atau tidak, menarik atau tidak serta layak atau tidaknya sebuah film untuk ditonton ditentukan oleh beberapa unsur tersebut (www.altavista.com).

E. Teori AIDDA

Teori AIDDA disebut A-A Procedure atau from Attention to Action *Procedure*. Teori AIDDA dalam Effendy (2005 : 104) merupakan akronim dari :

A : Attention (Perhatian)

I : Interest (Minat)

D : Disire (Hasrat/Keinginan)

D : Decision (Keputusan)

A : Action (Tindakan)

Konsep AIDDA menjelaskan suatu proses psikologis yang terjadi pada diri khalayak (komunikasi) dalam menerima pesan komunikasi. Tahapan di atas mengandung pengertian bahwa setiap proses komunikasi (baik komunikasi tatap muka maupun komunikasi massa) hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian. Dalam hal ini, sebuah pesan komunikasi harus dapat menimbulkan daya tarik tersendiri sehingga dapat memancing perhatian komunikannya. (Jeffkins, 1997 :120). Dalam membangkitkan perhatian yang berperan penting adalah komunikatornya.

Dalam hal ini komunikator harus mampu menimbulkan suatu daya tarik pada dirinya (source attractiveness) yang selanjutnya dapat memancing perhatian

Bioskop Trans TV, dan yang menjadi komunikan adalah masyarakat yang menjadi pemirsa televisi. Sebuah tayangan harus mampu membangkitkan perhatian pemirsanya, dalam hal ini tayangan Bioskop Trans TV harus mampu membangkitkan perhatian pemirsa televisi sehingga akan muncul minat dalam diri khalayak untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang tayangan Bioskop Trans TV tersebut.

Selanjutnya minat akan melahirkan rasa ingin/hasrat untuk menyaksikan tayangan Bioskop Trans TV tersebut. Berdasarkan teori AIDDA, penelitian ini hanya sampai pada tahap interest (Minat), tidak sampai pada tahap decision (Keputusan) dan tahap action (tindakan), karena hal yang diteliti dalam penelitian ini adalah minat untuk menonton tayangan Bioskop Trans TV.

F. Minat

Seorang komunikator akan dapat melakukan perubahan sikap dan tingkah laku komunikan apabila antara mereka merasa adanya persamaan. Oleh karena itu, seorang komunikator harus dapat membangkitkan perhatian komunikan sehingga diantar mereka timbul persamaan makna akan suatu hal yang akan menjadi langkah awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian telah dibangkitkan, maka selanjutnya diikuti dengan upaya menumbuhkan minat. Minat adalah rasa suka/senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi itu (Pandji, 1995 : 9).

Menurut Andi (1982 : 62), minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan

Menurut Effendy (2000 : 103) minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan tindakan yang diharapkan. Menurut Ryono Praktikno (1987 : 54) Minat atau sikap yang membuat seseorang senang terhadap objek situasi dan ide tertentu. Istilah minat dalam kamus umum bahasa Indonesia (1998 : 583) diartikan sebagai perhatian, ketertarikan, kecenderungan hati, yang dimiliki oleh individu secara mendalam untuk mendapat sesuatu yang diinginkan dengan cara membayar atau pengorbanan lainnya.

Minat ialah suatu keadaan dalam diri individu yang mampu mengarahkan perhatiannya untuk objek tertentu yang dianggap penting yang mampu mendorong mereka untuk cenderung mencari objek yang disenangi tersebut. Adapun ciri-ciri minat dapat dilihat dari uraian tersebut yaitu :

- a. Minat timbul dari perhatian terhadap suatu objek.
- b. Setiap orang mempunyai kesukaan terhadap objek yang diminati.
- c. Minat memunculkan kecenderungan hati untuk mencari objek yang disenangi.
- d. Minat ditunjukkan dalam bentuk hasrat melakukan sesuatu kegiatan.

Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa minat merupakan keadaan dalam diri seseorang yang mempunyai perhatian terhadap suatu objek dan menyukai objek tersebut sehingga cenderung selalu mencari objek yang disukainya tersebut. Bila dikaitkan dengan penelitian ini maka minat adalah sikap yang timbul dalam diri pemirsa setelah mereka menonton tayangan Bioskop Trans TV tersebut.

2. Konsep operasional

Kerangka sebagai hasil pemikiran yang rasional merupakan uraian yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang dicapai dapat mengantarkan penelitian pada rumusan hipotesa (Nawawi, 2001 : 40). Kerangka konsep adalah hasil pemikiran yang rasional dalam menguraikan rumusan hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari masalah yang diuji kebenarannya. Agar konsep-konsep dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan dengan mengubahnya menjadi variabel.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel yang lain (Rakhmat, 2004 : 12). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah tayangan Bioskop Trans TV. Variabel Bebas (Tayangan Bioskop Trans TV), terdiri dari :

- 1) Judul, yaitu nama atau kepala karangan yang dipakai untuk sebuah film/cerita yang dapat menyiratkan secara pendek isi atau maksud dari film/cerita yang diputar oleh bioskop Trans TV seperti film “*The One*”.
- 2) Tema, merupakan pokok pikiran; dasar cerita (yang diperlakukan, dipakai sebagai dasar cerita film), Bioskop Trans TV juga menyajikannya seperti film “*Black Hawk*” Down bertemakan peperangan yang mengisahkan tentang tewasnya tentara Amerika hanya karena pesawat mereka jatuh di Serbia.
- 3) Alur, merupakan rangkaian peristiwa yang direka dan dijalin dengan

temporal atau waktu dan oleh hubungan kausal atau sebab-akibat) kalau salah satu peristiwa ditiadakan, keutuhan cerita akan terganggu.

- 4) Pemeran utama, yaitu pria dan wanita atau aktor animasi (merupakan hasil desain komputer), yang berperan sebagai pelaku/tokoh utama dalam sebuah film. Biasanya dimainkan oleh para bintang film yang terkenal, dan diputar oleh bioskop Trans TV seperti film “*The One*” yang dibintangi aktor “Jet Lie”.
- 5) Waktu penayangan, yaitu waktu yang dipilih untuk menayangkan tayangan Bioskop Trans TV sehingga dapat disaksikan oleh pemirsa.
- 6) Durasi, merupakan lamanya atau rentang waktu tayangan Bioskop Trans TV seluruh rangkaian saat ketika proses, atau film berlangsung ditayangkan.
- 7) Kemasan acara, yaitu agar mampu menarik perhatian pemirsa yang menjadi sasaran komunikannya, tayangan Bioskop Trans TV dikemas atau ditampilkan secara menarik. Seperti kejelasan suaranya, kejelasan warna dan kejernihan gambarnya, kejelasan teks/ bahasanya, serta pemilihan film yang akan ditayangkan.
- 8) Gaya penampilan pesan, yaitu dalam menyampaikan pesan dari suatu tayangan, apakah host atau pembawa acara yang menyampaikan sinopsis menjelang penayangan Bioskop Trans TV apakah sudah cukup komunikatif dan menarik. Yang dimaksud gaya penampilan pesan dalam hal ini adalah penampilan, cara berbicara, gesture / bahasa tubuh, tata bahasa, membuka acara, dan menutup acara.
- 9) Pemahaman pesan, yaitu apakah responden dapat mengerti dan memahami

2) Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Rakhmat, 2004 : 12). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menonton film di kalangan mahasiswa. Variabel Terikat (Minat menonton), terdiri dari :

1. Perhatian, yaitu atensi yang diberikan oleh responden pada saat mengakses, melihat, dan mengetahui Bioskop Trans TV.
2. Minat, yaitu suatu keinginan yang kuat atau ketertarikan terhadap Bioskop Trans TV yang muncul dalam diri responden setelah mengakses, melihat, dan mengetahui tayangan Bioskop Trans TV.
 - a. rasa suka/senang, yaitu kesukaan atau kesenangan seseorang terhadap suatu objek yang dipilih.
 - b. rasa tertarik, yaitu kecendrungan untuk mencari objek atau aktivitas yang disenangi tanpa ada orang yang menyuruh.
 - c. sumber motivasi, yaitu suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan.
 - d. prasangka. yaitu sangkaan atau prediksi yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan dari suatu objek. .
 - e. pendirian, yaitu keteguhan hati terhadap suatu objek yang telah dipilih.
 - f. harapan, merupakan keinginan yang timbul terhadap suatu pilihan dari suatu objek.
 - g. Karakteristik Responden merupakan ciri khas yang dimiliki oleh

Fakultas, yaitu unsur pelaksana akademik untuk mengkoordinasikan/melaksanakan pendidikan profesional dalam satu perangkat cabang ilmu pengetahuan, teknologi, dan atau kesenian tertentu.

1. Angkatan, yaitu tahun masuk mahasiswa UIN yang menjadi responden, yakni tahun 2010 dan 2011.
2. Jenis Kelamin, yaitu jenis kelamin dari responden, yakni pria dan wanita
3. Frekuensi menonton, yaitu kekerapan atau seberapa sering responden menyaksikan tayangan Bioskop Trans TV.

G. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian difokuskan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU Jl.HR. Soebrantas Km.15 No.155 Tampan – Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Yang menjadi subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU.
- b. Yang menjadi Objek penelitian adalah Tayangan bioskop trans TV dan minat menonton film di kalangan mahasiswa.

3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi adalah seluruh mahasiswa jurusan komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU tahun ajaran 2010/2011 yang

sebanyak 10% dari 648 yaitu 64 orang. Dengan menggunakan teknik *kuota purposive sampling* yaitu sampel yang diambil dengan cara ditetapkan besarnya sampel dengan memperhatikan persentasenya dan mengambil subjeknya ditunjuk langsung oleh peneliti (Arikunto, 2002:119).\

4. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik penyebaran angket berstruktur dengan menggunakan kuesioner untuk memperoleh data primer mengenai tayangan bioskop trans TV dan minat menonton film. Jumlah angket yang disebarkan sesuai dengan jumlah sampel yang telah peneliti tetapkan yakni berjumlah 64 eksemplar.
- 2) Dokumentasi, yakni mengambil data pada dokumen-dokumen yang berkenaan dengan jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
- 3) Observasi, yakni suatu cara untuk mengumpulkan keterangan-keterangan dengan jalan mengamati langsung peristiwa yang dilakukan oleh remaja setelah menonton televisi, mereka mencoba memperlihatkan tingkah laku yang terdapat di televisi seperti perkataan, gaya, atau perbuatan yang kurang baik setelah remaja menonton televisi di kedai-kedai atau di warung, kemudian membuat catatan-catatan untuk dianalisis.

5. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode metode kualitatif dan persentase yaitu dengan menggunakan angka-angka dan selanjutnya diproses dengan menggunakan tabel-tabel persentase.

- 1) Sangat memuaskan : 76% - 100%
- 2) Cukup memuaskan : 56% - 75%
- 3) Kurang memuaskan : 50% - 55%
- 4) Tidak memuaskan : Kurang dari 40%. (Arikunto, 2002: 224)

Dengan menggunakan rumus :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Ket : P = Populasi

F = Frekuensi

N = Jumlah nilai keseluruhan (Sudjana, 1994:40)

H. Sistematika Penulisan

Untuk menggambarkan susunan isi skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

- | | |
|---------|--|
| BAB I | Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka dan konsep operasional, metodologi penelitian dan sistematika penulisan. |
| BAB II | Gambaran umum lokasi penelitian yang terdiri geografis dan demografis, agama dan pendidikan, adat istiadat dan sosial budaya. |
| BAB III | Penyajian Data, pada bab ini dijelaskan tentang pengolahan data yang didapat dari penyebarab angket yang telah diberikan kepada mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau |
| BAB IV | Analisa Data, pada bab ini menjelaskan tentang analisa data yang diperoleh dari penyajian data, adapun analisa data ini untuk mempermudah untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. |
| BAB V | Penutup, pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang didapat dari hasil analisa data dan saran-saran oleh penulis |

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Riau merupakan pengembangan atau peningkatan status institusi dari Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru. Institut ini didirikan berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia N0.94 Tahun 1970 pada tanggal 19 September 1970. Yang terletak di dua tempat, yang pertama kampus Tuanku Tambusai di Jalan K.H Ahmad Dahlan 94 Sukajadi Pekanbaru dan tempat yang kedua adalah kampus Raja Ali Haji di Jalan H.R Soebrantas Km 15 Simpang Baru,, Tampan, Pekanbaru.

Pada awal berdirinya IAIN Susqa hanya memiliki tiga fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah dan Fakultas Ushuluddin. Masa selanjutnya IAIN Susqa terus berkembang dan bertambahnya jumlah fakultas dan berbagai sarana lainnya. Pada tahun 1997 dibuka Program Pasca Sarjana dan pada tahun 1998 didirikan Fakultas Dakwah. Fakultas Dakwah UIN Suska Pekanbaru meskipun secara yuridis formal baru lahir pada tahun akademi 1998/1999, tetapi secara historis Fakultas ini telah berusia hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari Jurusan Ilmu Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin UIN Suska Pekanbaru (Buku Panduan

Akademik, 2002:1).Peningkatan status Jurusan Ilmu Dakwah menjadi sebuah Fakultas tersendiri sesungguhnya telah direncanakan sejak lama. Dan usaha-usaha yang lebih intensif ke arah itu telah dimulai sejak tahun akademik 1994/1995. Setahun kemudian, yakni 1995/1996, Jurusan Ilmu Dakwah dimekarkan menjadi dua jurusan, yaitu jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI). Kedua jurusan tersebut sampai dengan tahun akademi 1997/1998 telah berusia lebih kurang tiga tahun dan telah memiliki mahasiswa sebanyak 211 orang.

Pada tahun akademi 1996/1997 telah pula dilakukan penjajagan dan konsultasi kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung dalam rangka mempersiapkan dan memperluas jurusan pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan, yang kemudian menghasilkan kesepakatan kerjasama antara IAIN Susqa Pekanbaru dengan Unpad Bandung yang direalisir dalam bentuk penandatanganan naskah kesepakatan berupa MOU (*Memorandum Of Understanding*). Pada bulan Januari 1998 dengan nomor : IN 13/R/HM.01/164/1998 dan 684/706/TU/1998 yang pelaksanaan teknisnya dipercayakan pada Fakultas Ushuluddin (Pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung sebagai tindak lanjut dari MOU tersebut adalah disepakatinya pembukaan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Pers & Grafika, untuk melengkapi dua jurusan yang sudah ada (PMI dan BPI) pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan (Buku Panduan Akademik, 2002:2).

Untuk mewujudkan pendirian Fakultas Dakwah pada UIN Suska Pekanbaru telah dilakukan berbagai upaya perintisan, diantaranya adalah mengupayakan untuk mendapatkan pengukuhan secara yuridis formal dari berbagai pihak terkait seperti dari Departemen Agama sendiri, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI dan dari hasilnya adalah dikeluarkannya surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia tentang pendirian Fakultas Dakwah nomor 104 tahun 1998 tanggal 28 Februari 1998.

Dalam pada itu telah dilakukan seminar lokakarya (semiloka) tentang penyusunan kurikulum jurusan Ilmu Komunikasi dan Program studi Pers & Grafika. Semiloka tersebut dihadiri oleh dua tokoh dan pakar komunikasi Unpad Bandung yaitu : Dr.H. Dedi Mulyana, MA dan Drs. Elvinaro Enderianto, M.Si menggantikan Drs. Soleh Soemirat Dekan Fikom Unpad Bandung yang berhalangan datang. Semiloka tersebut berhasil merumuskan kurikulum terpadu antara disiplin Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu keislaman yang merupakan ciri khas program studi Ilmu Komunikasi pada IAIN Susqa.

Berbekalan Surat Keputusan Menteri Agama RI nomor 104 tahun 1998 tersebut, maka secara de jure fakultas Dakwah telah terlahir dan terpisah dari Fakultas Ushuluddin, tetapi secara de facto kelahiran itu baru terealisasi pada bulan September 1998, dalam acara Stadium General pembukaan kuliah tahun akademi 1998/1999. Dalam kesempatan itu yang bertindak sebagai pembicara adalah Drs. Soleh Soemirat,

M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung (Buku Panduan Akademik, 2002:3).

Pada awal pendirian jurusan Ilmu Komunikasi tahun akademis 1998/1999 hanya menerima 40 orang mahasiswa yang terdiri dari satu lokal, namun seiring perkembangan Jurusan Ilmu Komunikasi mempunyai masa studi 8 (delapan) semester dengan jumlah total sekitar 160 SKS (Sistem Kredit Semester). Sekarang hanya 156 SKS (Sistem Kredit Semester). Kurikulum yang dipakai adalah standar kurikulum inti berdasarkan kurikulum fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung, kemudian digabung dengan kurikulum institusional yang bernuansa islami.

Sementara itu Jurusan Ilmu Komunikasi belum mempunyai dosen tetap dengan latar belakang Ilmu komunikasi. Oleh sebab itu pimpinan melakukan usaha-usaha antara lain dengan memberikan izin belajar kepada dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk meneruskan pendidikan pada Program Magister Komunikasi di Universitas Padjajaran. Untuk memenuhi tuntutan pengajar di jurusan Ilmu Komunikasi maka ditempuh dengan melakukan kerja sama dengan instansi Pemerintah, Perguruan Tinggi yang ada di Pekanbaru antara lain, Riau Pos dan RRI Stasiun Pekanbaru. Selain itu jurusan ini mendapat bantuan dosen dari Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD Bandung dengan sistem dosen terbang

Adapun dari segi kepemimpinan pada jurusan ilmu komunikasi sejak tahun 1998/1999 sampai kini telah mengalami 4 kali pergantian kepemimpinan. Pertama kali dipimpin oleh Hidayat, MA (1998-2001), Suhaimi D, M.Si (2001-2003) kemudian DR. Nurdin A Halim, MA (2003-2005), Drs. Abdul Rachman (2005-2009) dan terakhir DR. Nurdin A Halim, MA (2009-sekarang).

TABEL 2.1
JUMLAH MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI SEMESTER GENAP
TAHUN AJARAN 2009/2010

Semester	Jumlah	Lokal				
		A	B	C	D	E
II	191	42	42	40	40	27
IV	122	33	29	28	32	
VI	133	27	27	25	24	30
VIII	118	42	39	37	-	-
X	57	-	-	-	-	-
XII	16	-	-	-	-	-
XIV	11	-	-	-	-	-
Total	648 orang					

Sumber : Catatan Data Mahasiswa (Tata Usaha)

Mahasiswa semester X, XII, XIV, sudah tidak aktif belajar lagi.

B. Visi, Misi, Tujuan dan Kompetensi Jurusan Ilmu komunikasi UIN Suska Pekanbaru.

Adapun Visi, Misi, dan Tujuan Jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru adalah :

1. Visi

Sebagai lembaga utama untuk memajukan, mengembangkan, dan menerapkan ilmu-ilmu komunikasi melalui pendidikan, pengajaran, pengkajian serta pelayanan kepada masyarakat.

2. Misi

- i. Mewujudkan sumber daya manusia yang bermutu yang mampu mengembangkan, memajukan dan menerapkan Ilmu Komunikasi secara akademik dan profesional dalam rangka penyiaran islam.
- ii. Mewujudkan sumber daya manusia yang bermoral Islam serta profesional dalam bidang komunikasi untuk kepentingan dakwah islamiyah.

b. Tujuan

- i. Mempersiapkan sumber daya manusia yang memilki kemampuan akademik maupun praktis profesional di bidang Jurnalistik, Public Relation, dan Broadcasting.

- ii. Mempersiapkan sumber daya manusia di bidang Jurnalistik, Public Relation dan Broadcasting yang mampu berkarya dengan memberikan kontribusi pada pengembangan keilmuan serta dengan memberi sumbangan terhadap pemecahan berbagai masalah sosial yang terkait dengan bidang Ilmu Komunikasi.
- iii. Mempersiapkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan intelektual serta memiliki integritas moral Islam dalam mendukung misi dakwah islamiyah.

c. Kompetensi Hasil Belajar Konsentrasi di Jurusan Ilmu Komunikasi

2.4.1 Konsentrasi Jurnalistik :

- 1. Mampu dan menguasai bidang kewartawanan, teknik peliputan, *editing*, *lay out* dan perwajahan surat kabar.
- 2. Mampu melakukan aktivitas profesi dan menerapkan kode etik kewartawanan, dan segala aturan yang terkait dengan etika kewartawanan.
- 3. Mampu mengelola dan memenej penerbitan surat kabar dan majalah.

2.4.2 Konsentrasi Broadcasting :

- 1. Mampu dan menguasai bidang broadcasting, penyiaran, *shooting*, *editing*, *dubbing* dan lainnya.
- 2. Mampu mengelola dan memenej produksi siaran televisi.
- 3. Mampu mengelola dan memenej produksi siaran radio.

4. Mampu dan cakap serta berkelayakan menciptakan karya-karya hiburan yang diperlukan sebagai hiburan, seperti film dan komedi dan lainnya.

2.4.3 Konsentrasi Humas :

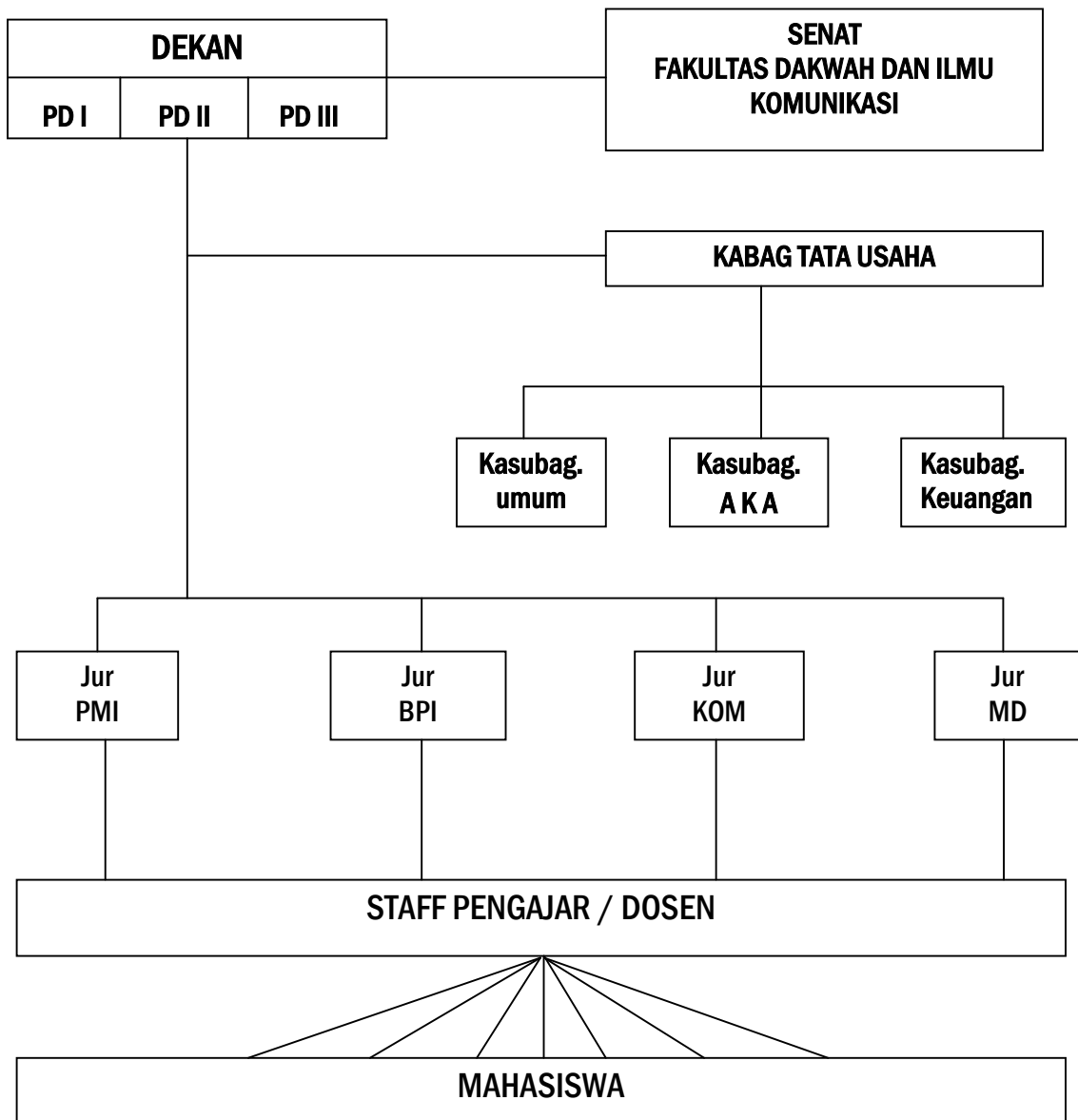
1. Mampu dan menguasai bidang kehumasan, MC, keprotokoleran, perancangan dan design agenda dan lainnya.
2. Mampu dan cakap merancang suatu event, seminar, loka karya, expo, exhibition dan lainnya.
3. Mampu mengelola dan memenej program kehumasan.

C. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebagai lembaga pendidikan tinggi mempunyai struktur organisasi yang terdiri dari atas :

- a. Senat Fakultas
- b. Dekan dan Pembantu Dekan
- c. Jurusan
- d. Tata Usaha
- e. Dosen / Staf pengajar
- f. Mahasiswa

Bagan Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton.

Dalam menyajikan data pada BAB III ini, penulis jabarkan dengan metode deskriptif kuantitatif dengan persentase dan menggunakan tabel. Untuk mendapatkan data penulis melakukan penyebaran observasi, dan angket.

Adapun angket yang disebarakan berjumlah 64 eksemplar sesuai dengan jumlah responden, telah diisi dan tidak ada dikembalikan. Angket yang disebarakan merupakan angket tertutup, setelah terkumpul disajikan pada bab tiga, selanjutnya dicari nilai frekuensi dan persentase dengan menggunakan rumus statistik deskriptif.

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Penyajian data ini untuk mempermudah dan untuk mengetahui jumlah jawaban responden sesuai dengan jawaban yang terdapat pada tabel dan selanjutnya dicari nilai frekuensi dan persentasenya. Adapun penyajian data dapat dilihat dibawah ini :

B. IDENTITAS RESPONDEN

Tabel 1

Tingkat Umur Responden

NO.	Tingkat Umur	FREKUENSI	PERSENTASE
1.	18 tahun	5	7,8 %
2.	19 tahun	9	14,1%
3.	20 tahun	20	31,2 %
4.	21 tahun	15	23,4%
5.	22 tahun	9	14,1%
6.	23tahun	6	9,4%
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa 5 orang responden atau 7,8 % adalah berumur 18 tahun, 9 orang responden atau 14,1 % adalah berumur 19 tahun, 20 orang responden atau 31,2 % adalah berumur 20 tahun, 15 orang responden atau 23,4 % adalah berumur 21 tahun, 9 orang responden atau 14,1 % adalah berumur 22 tahun, 6 orang responden atau 9,4 % adalah berumur 23 tahun. Jadi dapat disimpulkan responden yang paling banyak dari segi umur adalah berumur 20 tahun.

Tabel 2
Jenis Kelamin Responden

NO.	Jenis Kelamin	FREKUENSI	PERSENTASE
1.	Laki-laki	40	62,5 %
2.	Perempuan	24	37,5%
Jumlah		64	100 %

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 40 orang responden atau 62,5% adalah Laki-laki dan 24 orang responden atau 37,5 % adalah Perempuan. Jadi dapat disimpulkan jenis kelamin yang paling banyak adalah Laki-laki.

Berikut bentuk-bentuk pertanyaan dari angket yang penulis sebar :

Tabel 3
Menonton Televisi

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat Sering	39	60,9
B.	Sering	25	39,1
C.	Kadang - kadang	0	0
D.	Tidak Pernah	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terdapat 39 orang responden atau 60,9 % adalah sering menonton televisi, 25 orang responden atau 39,1% adalah jarang menonton televisi, alternatif jawaban tidak pernah menonton tidak ada respon, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom yang tersedia. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah sering menonton televisi.

Tabel 4
Tahu Tentang Bioskop TRANS TV

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat Tahu	34	53,1
B.	Tahu	25	39,1
C.	Kurang Tahu	5	7,8
D.	Tidak Tahu	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 34 orang responden atau 53,1 % adalah tahu tentang bioskop TRANS TV, 25 orang responden atau 39,1% adalah kurang tahu tentang bioskop TRANS TV, 5 orang responden atau 7,8 % adalah tidak tahu tentang bioskop TRANS TV, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom yang tersedia. Jadi dapat disimpulkan

bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah tahu tentang bioskop TRANS TV.

Tabel 5

Suka Tayangan Bioskop TRANS TV

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat suka	14	21,9
B.	suka	40	62,5
C.	Kurang suka	10	15,6
D.	Tidak suka	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 14 orang responden atau 21,9 % adalah kurang suka tayangan bioskop TRANS TV, 40 orang responden atau 62,5 % adalah suka tayangan bioskop TRANS TV, 10 orang responden atau 15,6 % adalah tidak suka tayangan bioskop TRANS TV, dan tidak ada komentar yang diisi di kolom yang tersedia. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah suka tayangan bioskop TRANS TV.

Tabel 6

Sering menonton Tayangan Bioskop TRANS TV

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat Sering	20	31,3
B.	Sering	38	59,4
C.	Kadang kadang	6	9,3
D.	Tidak pernah	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 20 orang responden atau 31,3 % adalah sering menonton tayangan bioskop TRANS TV, 38 orang responden atau 59,4 % adalah jarang menonton tayangan bioskop TRANS TV, 6 orang responden atau 9,3 % adalah tidak pernah menonton tayangan bioskop TRANS TV, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom yang tersedia. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah jarang menonton tayangan bioskop TRANS TV.

Tabel 7

Berapa kali anda menonton tayangan Bioskop TRANS TV

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Setiap Hari	18	28,1
B.	3 kali seminggu	36	56,3
C.	Kadang-kadang	10	15,6
D.	Tidak Pernah	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 18 orang responden atau 28,1 % adalah setiap hari menonton tayangan bioskop TRANS TV, 36 orang responden atau 56,3% adalah kadang-kadang menonton tayangan bioskop TRANS TV, 10 orang responden atau 15,6% adalah tidak pernah menonton tayangan bioskop TRANS TV, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom yang tersedia. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah kadang-kadang menonton tayangan bioskop TRANS TV.

Tabel 8

Film apa yang anda suka dengan tayangan Bioskop TRANS TV

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Barat	34	53,1
B.	China	18	28,1
C.	India	0	0
D.	Indonesia	12	18,8
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 34 orang responden atau 53,3 % adalah film Barat, 18 orang responden atau 28,1 % adalah film China, alternatif jawaban film India tidak ada respon, dan 12 orang responden atau 18,8 % adalah film Indonesia (komentar). Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah film Barat.

Observasi : Penulis melihat dan meneliti bahwa tayangan bioskop TRANS TV yang ditayangkan di Stasiun TRANS TV tidak pernah menemukan tayangan film Indonesia saya menemukan jawaban yang diisi oleh nara sumber.

C. PENGARUH TAYANGAN BIOSKOP TRANS TV

Tab 9

Jalan cerita yang pesannya sampai kepada penonton

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Moral	64	100
B.	Spirit	0	0
C.	Religi	0	0
D.	Tidak ada	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 64 orang responden atau 100 % adalah moral, alternatif jawaban spirit tidak ada respon, alternatif jawaban religi tidak ada respon, dan alternatif jawaban tidak ada, tidak ada respon. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah moral.

Tabel 10

Membahas masalah tontonan dalam kehidupan

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat sering	43	67,2
B.	Sering	21	32,8
C.	Kadang-kadang	0	0
D.	Tidak pernah	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 43 orang atau 67,2 adalah menjawab sangat sering, 21 orang atau 32,8 adalah Sering, alternatif jawaban Kadang-kadang tidak ada respon, dan tidak pernah komentar yang di isi di kolom yang tersedia. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah sangat sering.

Tabel 11

Menceritakan film tentang pengetahuan

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat Suka	44	68,8
B.	Suka	14	21,9
C.	Kurang Suka	6	9,3
D.	Tidak suka	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 44 orang responden atau 68,8 % adalah sangat suka, 14 orang responden atau 21,9 % adalah suka, 6 orang responden atau 9,3 % adalah Kurang suka dan tidak ada komentar yang di isi di kolom tidak suka. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah sangat suka. menceritakan film tentang pengetahuan.

Tabel 12

Senang dan puas bila berbicara masalah yang tidak hanya berada disekitar

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat Senang dan puas	18	28,1
B.	Senang dan Puas	0	0
C.	Kurang Puas	46	71,9
D.	Tidak puas	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 18 orang responden atau 28,1 % adalah sangat senang dan puas berbicara masalah yang tidak hanya berada disekitar anda, alternatif jawaban senang dan puas tidak ada respon, 46 orang responden atau 71,9 % adalah Kurang puas berbicara masalah yang tidak hanya berada disekitar anda, dan tidak ada komentar yang diisi di kolom tidak puas. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah kurang puas berbicara masalah yang tidak hanya berada disekitar anda.

Tabel 13

Takut melakukan tindak pidana kejahatan setelah selesai menonton

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat Takut	47	73,4
B.	Takut	9	14,1
C.	Biasa Saja	8	12,5
D.	Tidak takut	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 47 orang responden atau 73,4 % adalah sangat takut melakukan tindak pidana kejahatan setelah menonton tayangan bioskop TRANS TV, 9 orang responden atau 14,1 % adalah takut melakukan tindak pidana kejahatan setelah menonton tayangan bioskop TRANS TV, 8 orang responden atau 12,5 % adalah biasa saja melakukan tindak pidana kejahatan setelah menonton tayangan bioskop TRANS TV, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom tidak takut. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah sangat takut melakukan tindak pidana kejahatan setelah menonton tayangan bioskop TRANS TV.

Tabel 14

Berkaitan dengan pengetahuan praktis untuk kehidupan

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Educatif	4	6,25
B.	Entertein	60	93,75
C.	Informatif	0	0
D.	Persuatif	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 4 orang responden atau 6,2 % adalah menambah ilmu pengetahuan berkaitan dengan pengetahuan praktis untuk kehidupan, 60 orang responden atau 93,8% adalah hiburan berkaitan dengan pengetahuan praktis untuk kehidupan, alternatif jawaban berita tidak ada respon, dan tidak ada komentar yang diisi di kolom yang tersedia. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah hiburan berkaitan dengan pengetahuan praktis untuk kehidupan.

Tabel 15

Tidak pernah berbuat melanggar hukum

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Baik	64	100
B.	Jahat	0	0
C.	Egois	0	0
D.	Penakut	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 64 orang responden atau 100 % adalah baik apabila seseorang tidak pernah berbuat melanggar hukum, alternatif jawaban jahat tidak ada respon, alternatif jawaban egois tidak ada respon, dan tidak ada komentar yang diisi di kolom penakut. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah baik apabila seseorang tidak pernah berbuat melanggar hukum.

Tabel 16

Kehidupan remaja meniru tayangan di televisi

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Baik	0	0
B.	Buruk	38	59,4
C.	Trens	26	40,6
D.	Follower	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi menjawab baik tidak ada respon, 38 orang responden atau 59,4 % adalah buruk, 26 orang responden atau 40,6 % adalah trens, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom follower. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah buruk apabila meniru tayangan di televisi seperti memakai busana, gaya potongan rambut, pergaulan, sikap moral dan gaya bahasa.

Tabel 17

Tayangan Bioskop TRANS TV bisa memberikan pengaruh

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat Pengaruh	48	75
B.	Pengaruh	8	12,5
C.	Kurang pengaruh	8	12,5
D.	Tidak pengaruh	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 48 orang responden atau 75 % adalah sangat pengaruh, 8 orang responden atau 12,5 % adalah pengaruh, 8 orang responden atau 12,5 % adalah kurang pengaruh tayangan bioskop TRANS TV pada diri anda, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom tidak pernah. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah sangat pengaruh tayangan bioskop TRANS TV pada diri anda.

D. TINGKAH LAKU REMAJA

Tabel 18

Televisi merubah agar tidak bermalas-malasan

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Iya	38	59,4
B.	Tidak	26	40,6
C.	Tidak tahu	0	0
D.	Tidak sama sekali	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 38 orang responden atau 59,4 % adalah Iya, 26 orang responden atau 40,6% adalah tidak merubah kita agar tidak bermalas-malasan, alternatif jawaban tidak tahu tidak ada respon, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom tidak sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah Iya.

Wawancara : Penulis Langsung berkomunikasi dengan nara sumber yang menjawab televisi tidak dapat merubah kita agar bermalas-malasan, nara sumber memberi komentar kepada penulis yaitu : yang dapat merubah kita tidak bermalas malasan itu kita sendiri dan tidak bisa orang lain.

Tabel 19

Televisi dapat membuat positif dan rajin bekerja

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Iya	64	100
B.	Tidak	0	0
C.	Tidak tahu	0	0
D.	Tidak sama sekali	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 64 orang responden atau 100 % adalah iya, alternatif jawaban tidak, tidak ada respon, alternatif jawaban tidak tahu tidak ada, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom tidak sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah bekerja dan berusaha berbuat positif dan rajin bekerja.

Tabel 20

Hal-Hal yang membuat sering bertukar pikiran

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Menonton televisi	40	62,5
B.	Belajar kelompok	24	37,5
C.	Bermain-main	0	0
D.	Tidak ada	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 40 orang responden atau 62,5 % adalah menonton televisi, 24 orang responden atau 37,5 % adalah belajar kelompok, alternatif jawaban bermain-main tidak ada respon, dan tidak ada komentar yang diisi di kolom tidak ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah diskusi membuat anda sering bertukar pikiran berkaitan dengan pengetahuan, pekerjaan, dan masa depan.

Tabel 21

Keinginan agar lebih maju untuk masa yang akan datang

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Bekerja keras dan berusaha	64	100
B.	Menabung	0	0
C.	Belanja terus-menerus	0	0
D.	Bermalas-malasan	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 64 orang responden atau 100 % adalah bekerja keras dan berusaha agar anda lebih maju untuk masa yang akan datang, alternatif jawaban belanja terus-menerus tidak ada respon, alternatif jawaban bermalas-malasan tidak ada respon, dan tidak ada komentar yang di isi di kolom yang tersedia. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah bekerja keras dan berusaha agar anda lebih maju untuk masa yang akan datang.

Tabel 22

Remaja lebih banyak menghabiskan waktu menonton televisi

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat rajin	45	70,3
B.	Kurang Rajin	0	0
C.	Pemalas	0	0
D.	Tidak tahu	19	29,7
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 45 orang responden atau 70,3 % adalah sangat rajin, alternatif jawaban kurang rajin tidak ada respon, alternatif jawaban pemalas tidak ada respon, dan 19 orang responden atau 29,7 % tidak pandai mengatur waktu (tidak tahu). Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah sangat rajin.

Observasi : Penulis melihat dan meneliti bahwa remaja lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton televisi termasuk remaja yang tidak pandai mengatur waktu.

Tabel 23

Senang hal-hal kurang baik dan ingin mengikutinya seperti peran dan lakon

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Sangat Senang	33	51,6
B.	Senang	21	32,8
C.	Kurang senang	10	15,6
D.	Tidak sama sekali	0	0
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi terdapat 33 orang responden atau 51,6 % adalah sangat senang, 21 orang responden atau 32,8 % adalah senang, 10 orang responden atau 15,6% adalah kurang senang, dan tidak ada komentar yang diisi di kolom tidak sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah sangat senang menonton hal-hal kurang baik dan ingin mengikutinya seperti masalah peran dan lakon.

Tabel 24

Mubazir, suka pamer, dan menerima hal yang bertentangan dengan norma masyarakat termasuk ciri orang

NO.	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
A.	Baik	0	0
B.	Buruk	33	51,6
C.	sopan	0	0
D.	Tidak tahu	31	48,4
Jumlah		64	100 %

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 64 orang responden penelitian yang terdapat pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi menjawab baik tidak ada respon, 33 orang responden atau 51,6 % adalah buruk berperilaku mubazir, suka pamer dan menerima hal yang bertentangan dengan norma masyarakat, alternatif jawaban sopan tidak ada respon, dan 31 orang responden atau 48,4 % adalah pamer dan sombong (komentar). Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah buruk berperilaku mubazir, suka pamer dan menerima hal yang bertentangan dengan norma masyarakat.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton.

Pada bab ini penulis menganalisa data yang telah dijabarkan pada bab III. Setelah dijabarkan, maka selanjutnya penulis menganalisa pada bab IV. Untuk menganalisa data ini sebelumnya penulis mengklasifikasikan terlebih dahulu rumusan masalah.

Adapun rumusan masalah yaitu mengetahui Bagaimana pengaruh tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Untuk menjawab permasalahan di atas penulis melakukan penyesuaian dengan angket dari tabel 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, dan 24.

Untuk menganalisa permasalahan tersebut penulis menggunakan rumus :

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Keterangan :

F = Frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N = Jumlah Frekuensi / Banyak individu.

P = Angka persentase (Sudjana, 2007 : 43)

Dengan demikian untuk hasil persentase tersebut terlebih dahulu dibuat rekapitulasi nilai terhadap responden masing-masing klarifikasi untuk mengetahui nilai “N” sebagai berikut :

B. Rekapitulasi Tentang Pengaruh Tayangan Bioskop Trans tv Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Tabel	A		B		C		D	
	F	P	F	P	F	P	F	P
9.	64	100%	-	-	-	-	-	-
10.	43	67,2%	21	32,8%	-	-	-	-
11.	44	68,8 %	14	21,9 %	6	9,3 %	-	-
12.	18	28,1%	-	-	46	71,9%	-	-
13.	47	73,4 %	9	14,4 %	8	12,5 %	-	-
14.	4	6,25 %	60	93,75%	-	-	-	-
15.	64	100 %	-	-	-	-	-	-
16.	-	-	38	59,4 %	26	40,6 %	-	-
17.	48	75 %	8	12,5 %	8	12,5 %	-	-
18.	38	59,4 %	26	40,6 %	-	-	-	-
19.	64	100 %	-	-	-	-	-	-
20.	40	62,5 %	24	37,5%	-	-	-	-
21.	64	100 %	-	-	-	-	-	-
22.	45	70,3%	-	-	-	-	19	29,7%
23.	33	51,6 %	21	32,8%	10	15,6%	-	-
24.	-	-	33	51,6 %	-	-	31	48,4
Jumlah	512		254		104		50	

Untuk pertama kali penulis harus mencari nilai N, dapat diketahui dengan menggunakan rumus :

$$N = FA + FB + FC + FD$$

$$N = 512 + 254 + 104 + 50$$

$$N = 920$$

Setelah diketahui nilai N berjumlah 920, maka selanjutnya dicari nilai F, untuk mencari nilai F masing-masing diberi bobot terlebih dahulu yaitu :

Pilihan A diberi bobot 4

Pilihan B diberi bobot 3

Pilihan C diberi bobot 2

Pilihan D diberi bobot 1

Sehingga nilai F dapat diketahui sebagai berikut :

$$\text{Alternatif jawaban A (512 x 4)} = 2048$$

$$\text{Alternatif jawaban B (254 x 3)} = 762$$

$$\text{Alternatif jawaban C (104 x 2)} = 208$$

$$\text{Alternatif jawaban D (50 x 1)} = 50 \quad +$$

$$\text{Maka nilai F} = 3068$$

Selanjutnya dicari nilai rata-rata yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$P = \left\{ \frac{F}{N} \times 100 \% \right\} : 4$$

(Harus dibagi 4 karena alternatif jawaban 4 pilihan A, B, C, D)

$$P = \left\{ \frac{3068}{920} \times 100 \% \right\} : 4$$

$$P = \left\{ \frac{306800}{920} \right\} : 4$$

$$P = 333,4 : 4$$

$$P = 83,3\%$$

Dari hasil analisa data diatas diketahui Pengaruh Tayangan Bioskop TRANS TV Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dapat dikatakan **sangat berpengaruh** dengan hasil **83,3%**.

Hal ini sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dengan persentase pada kategori yaitu :

76 % - 100 % = Sangat berpengaruh

56 % - 75 % = Cukup berpengaruh

40 % - 55 % = Kurang berpengaruh

0 % - 40 % = Tidak berpengaruh

Berikut akan dipaparkan analisa terhadap masing-masing item berdasarkan data jawaban responden yang dibuat berdasarkan frekuensi dan persentase masing-masing pilihan. Analisa selengkapnya bisa dilihat pada penjelasan dibawah ini.

Tabel 9 menunjukkan setelah menonton tayangan bioskop TRANS TV apa yang anda ambil dari pesan dalam sebuah cerita. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (Moral) sebesar 64 orang (100 %).

Tabel 10 menunjukkan Setelah menonton tayangan bioskop TRANS TV apa anda membahas masalah tontonan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (sangat sering) sebesar 43 orang (67,2 %).

Tabel 11 menunjukkan film yang menceritakan pengetahuan. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (sangat suka) sebesar 44 orang (68,8%).

Tabel 12 menunjukkan Senang dan puas bila berbicara masalah yang tidak hanya berada disekitar. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan C (Kurang Puas) sebesar 46 orang (71,9 %).

Tabel 13 menunjukkan merasa takut melakukan tindak pidana kejahatan setelah selesai menonton tayangan bioskop TRANS TV. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (sangat takut) sebesar 47 orang (73,4 %).

Tabel 14 menunjukkan merasa yang anda ketahui dari bioskop TRANS TV berkaitan dengan pengetahuan praktis untuk kehidupan. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih option B (entertein) sebesar 60 orang (93,75 %).

Tabel 15 menunjukkan seseorang tidak pernah berbuat melanggar hukum apakah termasuk ciri –ciri orang. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (baik) sebesar 64 orang (100 %).

Tabel 16 menunjukkan kehidupan remaja meniru tayangan televisi seperti memakai busana, gaya potongan rambut, pergaulan, sikap moral dan gaya bahasa termasuk orang. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan B (buruk) sebesar 38 orang (59,4 %).

Tabel 17 menunjukkan menonton tayangan bioskop TRANS TV bisa memberikan pengaruh pada diri. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (sangat pengaruh) sebesar 48 orang (75 %).

Tabel 18 menunjukkan televisi merubah kita agar tidak bermalas-malasan. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (Iya) sebesar 38 orang (59,4%).

Tabel 19 menunjukkan menonton televisi membuat kita berbuat positif dan rajin bekerja. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (bekerja dan berusaha) sebesar 64 orang (100 %).

Tabel 20 menunjukkan hal-hal yang membuat kita sering bertukar pikiran berkaitan dengan pengetahuan, pekerjaan, dan masa depan. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (menonton televisi) sebesar 40 orang (62,5 %).

Tabel 21 menunjukkan lebih maju untuk masa yang akan datang. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (bekerja keras dan berusaha) sebesar 64 orang (100 %).

Tabel 22 menunjukkan lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton televisi. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (malas) sebesar 45orang (70,3 %).

Tabel 23 menunjukkan senang menonton hal-hal kurang baik dan ingin mengikuti seperti masalah peran dan lakon. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan A (senang) sebesar 33 orang (51,6 %).

Tabel 24 menunjukkan berperilaku mubazir, suka pamer, dan menerima hal yang bertentangan dengan norma masyarakat. Dalam hal ini sebagian besar persentase yang memilih pilhan B (buruk) sebesar 33 orang (51,6 %).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penyajian data bab III dan hasil analisa pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Minat menonton di kalangan mahasiswa dakwah dan ilmu komunikasi UIN **Sangat berpengaruh dengan hasil nilai 83,6%**. Hal ini didukung dari hasil penyebaran angket kepada responden yang banyak menonton adalah laki-laki berjumlah 40 orang atau 62,5%, tingkat umur adalah 20 orang atau 31,2 %.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah peneliti peroleh selama melakukan penelitian, maka peneliti mengajukan sejumlah saran sebagai berikut:

1. Agar mampu menarik perhatian pemirsa yang menjadi sasaran komunikannya, tayangan Bioskop Trans TV harus lebih selektif lagi dalam hal pemilihan film yang akan ditayangkan. Terlalu sering memutar film yang sama akan membuat perasaan jenuh bagi pemirsa yang menyaksikannya. Selain itu, film yang ditayangkan sebaiknya adalah film-film *box office* yang terbaru. Bioskop Trans TV tidak harus menayangkan film *box office* dari Hollywood saja, tetapi juga film-film yang menjadi nominasi festival film asia afrika atau

film-film terbaik yang booming seperti *Ongbak*, *Run Lola Run*, *The Legends of Suriyothai* dan masih banyak lagi.

2. Untuk menghindari kejenuhan penonton yang menyaksikan tayangan Bioskop Trans TV yang lebih banyak menayangkan film bertema *action* daripada tema-tema lainnya, maka sebaiknya tema-tema film yang ditayangkan diberikan segmentasi-segmentasi sehingga tema film yang disajikan lebih bervariasi. Misalnya tema yang diputar dalam satu minggu berupa “*drama week* yaitu dalam satu minggu film-film yang ditayangkan adalah film-film drama yang berkualitas dan berkelas yang mendapatkan penghargaan (*award winning*) seperti *Pretty Woman*, *A Beautiful Mind*, *Gladiator*, *The Hours* dan lain-lain. *Comedy week*, seperti *Bruce Almighty*, *Little Miss Sunshine*. *Action week*, seperti film *James Bond*, *Spider-Man*, *Kill-Bill*. *Family week*, film keluarga yang khususnya baik untuk liburan seperti *Harry Potter*, *Home Alone*, *Stuart Little*. *Classics week*, film-film klasik seperti *Gone with the Wind*, *The Godfather*, *Sound of Music*. *Respect Indonesia*, seperti film *Berbagi Suami*, *Arisan*, *Janji Joni*, *Gie*, *The Photographer*.
3. Bagi mahasiswa khususnya Jurusan Komunikasi UIN Suska hendaknya tidak terlalu terbawa arus dalam mengikuti setiap pakaian ataupun pergaulan yang ditampilkan dalam sebuah tayangan bioskop TRANS TV di televisi. Dan hendaknya bukan sekedar hanya menonton tayangan bioskop TRANS TV semata tetapi hendaknya bisa mengambil pelajaran ataupun manfaat dari apa yang disaksikannya di televisi.

Daftar Pustaka

- Andi Bulaeng, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta : Andi.
- Dominick, Joseph R. 2000. *The Dynamics of Mass communication*. New York : Random House.
- Dominick, Joseph R. 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Dominick, Joseph R. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Dominick, Joseph R 2005. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya..
- Havied Cangara, 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Jalaluddin Rakhmat, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Jeffkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga.
- McQuail, Dennis. 1997. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Onong Uchjana Effendy, 1986. *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*. Bandung : Alumni
- Praktikno, Ryono. 1987. *Berbagi Aspek Ilmu Komunikasi*. Bandung : Remaja Karya.
- .

Sarwono, Sarlito, Wirawan. 2001. *Teori - Teori Psikologi Sosial*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Sudjana, anas. 2007. *Pengantar Statistik Suatu Pendidikan*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.

Suharsimi Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI*. Jakarta :PT.Rineka Cipta

Sumber Lain :

Buku Panduan Akademik (BPA).

WWW. TRANS TV.COM